
gesis

Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

German Longitudinal
Election Study



GLEES 2009

Langfrist-Online-Tracking, T1

ZA5334, Version 3.0.0

Studienbeschreibung

Arbeiten mit Pre-Releases

Bei dieser Publikation und dem zugehörigen Datensatz handelt es sich um eine von GESIS in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Wahlforschung (DGfW) herausgegebene Vorabversion (Pre-Release). Das Ziel der Herausgabe eines solchen Pre-Releases ist es, dass die im Rahmen der German Longitudinal Election Study (GLES) erhobenen Daten der wissenschaftlichen Gemeinschaft so schnell wie möglich zugänglich gemacht werden können. Trotz sorgfältiger Arbeit bei der Kontrolle und Aufbereitung der Daten können GESIS und die DGfW nicht garantieren, dass ein solcher Pre-Release bereits allen Ansprüchen genügt. Sollten Ihnen Probleme auffallen, so bitten wir um umgehende Benachrichtigung, damit diese behoben werden können. Wir empfehlen, stets mit dem aktuellsten Pre-Release zu arbeiten. Diesen finden Sie unter "Daten" auf den Seiten der GLES bei GESIS (<http://www.gesis.org/gles>).

Zitierweise bei Veröffentlichungen

Forschungsarbeiten, die sich auf vorliegende Daten beziehen, nehmen bitte nachfolgenden Nachweis mit auf:

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weßels, Bernhard; Bieber, Ina; Bytzek, Evelyn; Scherer, Philipp (2011): Langfrist-Online-Tracking, T1 (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5334 Datenfile Version 3.0.0, doi:10.4232/1.10757.

Um einen Überblick über die tatsächliche Nutzung der Daten zu erhalten, bitten wir um eine kurze Mitteilung bei Veröffentlichungen, die Daten der German Longitudinal Election Study verwenden.

Wenn es sich dabei um Konferenzpapiere o.ä. handelt, die nur schwer zugänglich sind, freuen wir uns über die Überlassung eines Exemplars bzw. eines pdf-Dokumentes.

Hintergrund und Zielsetzung

Die German Longitudinal Election Study (GLES) startete mit der Bundestagswahl 2009 und besteht aus elf verschiedenen Komponenten. Als bislang größte deutsche Wahlstudie soll sie die Wählerschaft bei vorerst drei aufeinanderfolgenden Wahlen beobachten und analysieren. Dabei wird angestrebt, das Projekt auch nach der Bundestagswahl 2017 weiterzuführen.

Online-Tracking der GLES

Anlässlich der Bundestagswahl 2009 wurden im Rahmen der German Longitudinal Election Study mehrere Online-Trackings, sowohl vor als auch nach der Bundestagswahl, mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunktsetzungen, durchgeführt. Die Online-Trackings gehören zur Komponente X/8 und werden auch zwischen den Bundestagswahlen weiterlaufen, wobei jeweils vier Online-Trackings für die Jahre 2010, 2011 und 2012 geplant sind.

Tabelle 1: Online-Tracking der GLES

Welle	Schwerpunkt	Feldbeginn	Feldende
T1	Grundlegende Tests	30. April 2009	05. Mai 2009
T2	Wählen auf mehreren Ebenen	27. Mai 2009	05. Juni 2009
T3	Wirtschaftliche Lage	03. Juli 2009	13. Juli 2009
T4	Koalitionen	31. Juli 2009	11. August 2009
T5	Skalen- und Reihenfolgeexperimente	24. August 2009	01. September 2009
T6	Wahlkampf	18. September 2009	27. September 2009
T7	Nachwahl	29. September 2009	08. Oktober 2009
T7Exp	Experiment zur Bundestagswahl	08. Oktober 2009	25. Oktober 2009
T8	Nachwahl und Netzwerke	10. Dezember 2009	20. Dezember 2009
T9	Wirtschaftliche Lage	15. April 2010	23. April 2010
T10	Wählen auf mehreren Ebenen	24. Juni 2010	05. Juli 2010
T11	Psychologische Konstrukte	16. September 2010	26. September 2010
T12	Positionsissues	09. Dezember 2010	19. Dezember 2010
T12NB	Nachbefragung von Abbrechern	20. Dezember 2010	30. Dezember 2010
T13	Wirtschaftliche Lage	09. März 2011	19. März 2011
T13NB	Nachbefragung von Abbrechern	21. März 2011	30. März 2011
T14	Wählen auf mehreren Ebenen	23. Mai 2011	03. Juni 2011
T14NB	Nachbefragung von Abbrechern	03. Juni 2011	13. Juni 2011

Studiennummer

ZA5334 (Pre-Release 3.0.0(2011-07-13))

doi: 10.4232/1.10757

Titel der Studie

German Longitudinal Election Study, Komponente X/8, Langfrist-Online-Tracking, T1:
Grundlegende Tests

Erhebungszeitraum

30 April 2009 bis 5. Mai 2009

Primärforscher/innen

Prof. Dr. Hans Rattinger (Universität Mannheim)

Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher (Universität Frankfurt)

Prof. Dr. Rüdiger Schmitt-Beck (Universität Mannheim)

PD Dr. Bernhard Weßels (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung)

Finanzierende Stelle

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Datenerhebung

Das Bamberger Centrum für Empirische Studien (BACES) der Otto-Friedrich-Universität Bamberg übernahm die Organisation und Durchführung der Datenerhebung. Zudem fungierte BACES als Schnittstelle zum Online-Access-Panel-Anbieter ResponDi AG und übernahm die Programmierung des Fragebogens sowie das Hosting der Onlinebefragung.

Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit aller Tracking-Studien bildet das von der Respondi AG betriebene Online-Access-Panel. Dieses Panel umfasste 2009 in Deutschland etwa 65.000 aktive Panelisten. Als aktive Panelisten definiert Respondi diejenigen Personen, die nach der (Double-opt-in-)Registrierung die Stammdatenbefragung ausgefüllt haben und in den letzten zwölf Monaten an mindestens einer Umfrage teilgenommen haben.

Tabelle 2: Grundgesamtheit des Respondi-Access-Panels nach soziodemographischen Merkmalen

	Anteil in Prozent
Geschlecht	
Weiblich	54%
Männlich	46%
Bildung	
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- und Volksschule)	14%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	34%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	52%
Altersgruppen	
14-19 Jahre	11%
20-29 Jahre	41%
30-39 Jahre	23%
40-49 Jahre	16%
50-59 Jahre	7%
60 und älter	2%

Die Panelisten werden von Respondi auf unterschiedlichen Wegen rekrutiert. Dies erfolgt überwiegend online, zu einem geringen Anteil aber auch offline. Der wichtigste Weg zur Rekrutierung der Panelisten sind die Respondi-eigenen Online-Meinungsportale (z.B. <http://www.sozioland.de>). Darüber hinaus werden auch Onsite-Befragungen, Suchmaschinen und telefonische Rekrutierung über Partnerinstitute aus der Marktforschung zur Rekrutierung genutzt.

Tabelle 3: Rekrutierungswege bei Respondi

	Anteil in Prozent
Über die Themenportale sozioland/demandi	87%
Über Online-Werbung	5%
Über Onsite-Befragungen	5%
CATI-Rekrutierung	2%
Suchmaschinen	1%

Die Mitglieder des Access-Panels werden von Respondi für die Teilnahme an Befragungen incentiviert. Sie erhalten pro Minute zehn sogenannte Respondi-Punkte (rps), was 2009 ca. 0,10 € entsprach. Ab einer Auszahlungsgrenze von zehn Euro kann der Betrag an den Panelisten ausgezahlt, in Einkaufsgutscheine umgewandelt oder vom Panelisten gespendet werden. Zusätzlich werden zur Panelpflege regelmäßig Verlosungen unter den Panelisten durchgeführt.

Nach eigenen Angaben betreibt Respondi ein wirkungsvolles Qualitätsmanagement. Über ein internes Bewertungssystem wird das Antwortverhalten der Panelisten kontinuierlich beobachtet und gemessen. Gründe für ein Löschen von Panelisten aus der Datenbank sind laut Respondi beispielsweise fehlende

Teilnahme über einen Zeitraum von zwölf Monaten sowie Doppelanmeldung und bewusste Falschangaben bei mehreren Befragungen.

Das Qualitätsmanagement sowie eine maßvolle Einladungsfrequenz sollen dazu beitragen unerwünschter Effekte wie Panel-Verzerrungen oder Professionalisierung der Panelisten zu vermeiden. Ein durchschnittlicher Panelist verweilt 18 Monate im Respondi-Panel. Innerhalb eines Jahres werden ca. 15 Prozent der Panelmitglieder aufgrund von Qualitätskontrollen und Panel-Mortalität aus der Datenbank entfernt.

Die durchschnittliche Teilnahmequote der Panelisten liegt bei einer Umfrage von fünf Feldtagen bei ca. 60 Prozent. Die Teilnahmequote wird von Respondi aus der Anzahl der begonnenen Interviews berechnet, also den beendeten Interviews, Screen-outs (Ausschluss bei Auswahl der zu befragenden Teilnehmer nach Thema), Quota-fulls (Ausschluss auf Grund erfüllter Quoten bei Quotenauswahl) und den abgebrochenen Interviews, die ins Verhältnis zur Gesamtzahl der Einladungen gesetzt werden.

Auswahlverfahren und Quotierung

Die Stichprobe für das Online-Tracking wurde durch eine Quotenauswahl aus der Grundgesamtheit der im Online-Access-Panel zur Verfügung stehenden Personen generiert. Dabei wurden nur volljährige Personen mit deutscher Staatsangehörigkeit berücksichtigt. Weiterhin wurde darauf geachtet, dass Panelisten nur einmal jährlich an einer Online-Trackingbefragung teilnehmen können.

Die Teilnehmer des Online-Trackings wurden nach den Merkmalen Geschlecht, Alter und Bildung quotiert. Um die Quotenvorgaben, welche in Anlehnung an den Mikrozensus und der derzeitigen Internetpopulation gewählt wurden, möglichst genau zu erreichen, wurden die Panelisten in mehreren Stufen eingeladen.

Tabelle 4: Quotierung

Quotierungsmerkmale	Soll in Prozent	Ist* in Prozent (mit Zeitunterschreitem ¹)	Ist* in Prozent (ohne Zeitunterschreiter ¹)
Geschlecht			
Weiblich	50,0%	51,1%	49,7%
Männlich	50,0%	48,9%	50,3%
Bildung			
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- oder Volksschule)	35,0%	34,5%	34,8%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	40,0%	40,3%	40,1%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	25,0%	25,1%	25,0%
Altersgruppe			
18-29 Jahre	25,0%	26,5%	24,9%
30-39 Jahre	20,0%	20,7%	19,6%
40-49 Jahre	25,0%	24,9%	24,8%
50-59 Jahre	15,0%	14,2%	15,1%
60 Jahre und älter	15,0%	13,7%	15,5%

* tatsächliche Verteilung im Datensatz

¹ Definition von Zeitunterschreitem siehe Seite 14.

Bei Feldbeginn wurde zunächst ein Soft-launch mit 100 bis 150 Panelisten vorgenommen. Diese erste Einladungswelle erlaubte, den ordnungsgemäßen technischen Ablauf und die Programmierung abschließend zu überprüfen. Anschließend wurde die eigentliche Einladungswelle (Full-launch) gestartet.

Um den Quotenvorgaben zu genügen, wurden zunächst Personen mit Merkmalskombinationen eingeladen, die vergleichsweise schwer zu erreichen sind (z.B. ältere Personengruppen, Personen mit niedrigen Bildungsabschlüssen). Nach Erreichen der einzelnen Quotenvorgaben wurden nur noch Panelisten zur Teilnahme zugelassen, die zum Auffüllen der noch jeweils offenen Quoten benötigt wurden.

Je nach Bedarf bzw. bei noch offenen Quoten wurden Teilnehmer, welche die Umfrage noch nicht begonnen hatten, nach drei Tagen an die Einladung erinnert und erneut zur Teilnahme aufgefordert.

Erhebungsverfahren

Online-Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Erhebungssoftware

GlobalPark, Umfragecenter Version 5.0

Teilnehmer

Einladung der Panelisten

Die Einladung der Teilnehmer erfolgte durch Respondi mit folgendem Standardtext:

„Hallo (Name des Panelisten),

wir möchten Sie heute gerne zu einer neuen Umfrage einladen. Das Ausfüllen des Fragebogens wird etwa 25 - 30 Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen.

Sofern Sie zur Zielgruppe gehören (kompletter Fragebogen), werden Ihnen 150 rps gutgeschrieben. Falls Sie nicht für diese Befragung in Betracht kommen (verkürzter Fragebogen), erhalten Sie 10 rps. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass die Zielgruppenbestimmung in Einzelfällen mehrere kurze Fragen beinhalten kann.

Hier geht es zur Befragung: (Link)

In seltenen Fällen wird am Ende der Befragung nach einem Code gefragt. Bitte geben Sie dann diesen an: (Code)

Wir versichern, dass wir die Ergebnisse, wie immer, anonym auswerten, d.h., dass wir die Daten nur in aggregierter Form präsentieren und dass Ihre persönlichen Angaben nicht mit den Ergebnisdaten in Verbindung gebracht werden.

Viel Spaß bei der Befragung wünscht

Ihre Sarah Maiwald vom respondi-Team“

Wenn ein Panelist die Einladung annahm, wurde er auf die BACES-Seite weitergeleitet und dort im Namen der Verantwortlichen der GLES-Studie zur eigentlichen Befragung mit folgendem Text eingeladen:

„Herzlich willkommen

Wir freuen uns, dass Sie an unserer Umfrage teilnehmen. Diese Umfrage ist Teil eines bundesweiten Projekts verschiedener Wissenschaftseinrichtungen. Mit Ihrer Teilnahme liefern Sie einen großen Beitrag für die Demokratieforschung in Deutschland.

Wir wünschen viel Freude beim Beantworten der Fragen und bedanken uns herzlich für Ihre Teilnahme.

Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher und Ina Bieber“

Erinnerung der Panelisten

Wenn der Befragte innerhalb von drei Tagen nicht an der Studie teilnahm, bekam er einen Reminder mit folgendem Inhalt zugesandt:

„Hallo (Name des Panelisten),

wir haben Sie vor kurzem zu einer neuen respondi-Befragung eingeladen. Falls Sie noch keine Gelegenheit hatten, an dieser Umfrage teilzunehmen, würden wir uns sehr freuen, wenn Sie unsere Einladung heute annehmen würden, da uns Ihre Meinung sehr wichtig ist. Das Ausfüllen des Fragebogens wird etwa 25 - 30 Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen.

Sofern Sie zur Zielgruppe gehören (kompletter Fragebogen), werden Ihnen 150 rps gutgeschrieben. Falls Sie nicht für diese Befragung in Betracht kommen (verkürzter Fragebogen), erhalten Sie 10 rps. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass die Zielgruppenbestimmung in Einzelfällen mehrere kurze Fragen beinhalten kann.

Hier geht es zur Befragung: (Code)

In seltenen Fällen wird am Ende der Befragung nach einem Code gefragt. Bitte geben sie dann diesen an: (Code)

Wir versichern, dass wir die Ergebnisse, wie immer, anonym auswerten, d.h., dass wir die Daten nur in aggregierter Form präsentieren und dass Ihre persönlichen Angaben nicht mit den Ergebnisdaten in Verbindung gebracht werden.

Viel Spaß bei der Befragung wünscht

Ihre Sarah Maiwald vom respondi-Team“

Teilnehmerstatistik

Die Brutto-Stichprobe für die Online-Befragung wurde von Respondi aus ihrem Access-Panel gezogen. Die ausgewählten Panelisten wurden von Respondi zur Teilnahme eingeladen. Nur ein Teil der eingeladenen Panelisten hat die Einladung angenommen und die Befragung auch begonnen. Die Differenz zwischen begonnenen und beendeten Interviews ergibt sich aus zwei Gruppen: Panelisten, die das Interview begannen, aber nicht beendeten, wurden der Kategorie „Abgebrochene Interviews“ zugeordnet. Um den Quotenvorgaben zu genügen, wurden Panelisten mit bestimmten Merkmalen nach Erreichen der einzelnen Vorgaben von der Teilnahme ausgeschlossen. Die betroffenen Teilnehmer wurden „abgewiesen“.

Innerhalb der Netto-Stichprobe wurden Zeitunterschreiter identifiziert. Die Definition der Zeitunterschreiter erfolgt weiter unten (S. 14).

Tabelle 5: Teilnahme

Teilnehmerstatistik	Anzahl	Anteil in Prozent	
Von Respondi eingeladen	13.153	100,00%	
Interview nicht begonnen	8.596	65,35%	
Interview begonnen	4.557	34,65%	100,00%
Abgebrochene Interviews	442		9,70%
Abgewiesen	803		17,62%
Beendete Interviews	3.312	72,68%	100,00%
Zeitunterschreiter	1.267		38,25%
Beendete Interviews ohne Zeitunterschreiter*	2.045		61,75%

* Zur Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 14.

Teilnehmerstatistik nach Tagen

Tabelle 6: Teilnahmezeitstatistik nach Tagen

Datum	Begonnen		Gültige Fälle mit Zeitunterschreitern*		Gültige Fälle ohne Zeitunterschreiter*	
	relativ	absolut	relativ	absolut	relativ	absolut
Do 30.04.2009	1,70%	74	2,6%	66	2,6%	54
Fr 01.05.2009	4,48%	195	7,8%	194	8,0%	163
Sa 02.05.2009	1,42%	62	2,3%	57	2,4%	50
So 03.05.2009	1,12%	49	2,0%	49	2,0%	41
Mo 04.05.2009	9,39%	409	14,8%	369	14,3%	293
Di 05.05.2009	8,17%	356	13,4%	335	13,3%	272
Mi 06.05.2009	17,03%	742	21,5%	535	21,4%	437
Do 07.05.2009	9,55%	416	10,0%	249	9,8%	200
Fr 08.05.2009	7,87%	343	6,0%	149	6,1%	125
Sa 09.05.2009	19,65%	856	12,9%	321	13,1%	268
So 10.05.2009	13,91%	606	5,0%	124	5,0%	103
Mo 11.05.2009	4,45%	194	1,6%	40	1,7%	35
Di 12.05.2009	1,24%	54	0,2%	6	0,2%	4
Gesamt	99,98%	4.356	100,00%	2.494	100,00%	2.045

* Zur Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 14.

Zeitunterschreiter

Aufgrund der fehlenden Kontrolle der Befragten durch einen Interviewer in Online-Erhebungen und der besonderen Anreiz- und Belohnungsstruktur durch Respondi-Punkte sind Online-Trackings der GLES mit dem Problem zu schneller Antwortzeiten („Zeitunterschreitung“) konfrontiert. Zeitunterschreitung bedeutet, dass einige Befragte die Umfrage deutlich schneller abschließen als der Großteil der Teilnehmer. Ein schneller Abschluss der Befragung ist noch kein Problem per se, da es aufgrund bestimmter sozialstruktureller und persönlicher Merkmale (z.B. Bildung, Alter, Intelligenz, Reaktionsgeschwindigkeit) deutliche Unterschiede in der Beantwortungsdauer zwischen Befragten geben kann. Dennoch ist davon auszugehen, dass bei einer deutlichen Unterschreitung der mittleren Befragungsdauer die Interviewqualität leidet, weil die Befragten weniger substantielle Antworten abgeben und häufiger keine Angabe oder „weiß nicht“-Nennungen machen.

In der Fachliteratur gibt es keine etablierten Standards für die Identifikation von Zeitunterschreitern. In der Regel beziehen die Maße für deren Identifikation den Median bzw. Mittelwert der Verteilung und die Streuung mit ein und wählen auf dieser Basis ein Abschneidekriterium, das nicht unterschritten (teilweise auch zusätzlich nicht überschritten) werden darf (vgl. ausführlich Mayerl, Jochen/ Urban, Dieter 2008: Antwortreaktionszeiten in Survey-Analysen. Messung, Auswertung und Anwendungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 58ff.). Diese Befragten werden dann aus dem Datensatz ausgeschlossen oder durch Markervariablen gekennzeichnet.

Im ersten Online-Tracking der GLES wurden solche Befragte als Zeitunterschreiter identifiziert, deren Bearbeitungsdauer weniger als 60 Prozent des Median der Gesamtbefragungsdauer aller Teilnehmer (ohne Personen, die das Interview unterbrechen) aufwies. Diese wurden aus dem Datensatz entfernt.

Bearbeitungsdauer

Tabelle 7: Bearbeitungsdauer ohne Zeitunterschreiter

Bearbeitungsdauer ohne Zeitunterschreiter	N	Minimale Befragungsdauer	Maximale Befragungsdauer	Arithmetisches Mittel	Median
Alle Befragten ohne Zensus-Befragung*	1990	00:08:38	02:43:22	00:25:46	00:22:56
Split 1: Gruppe 1*	987	00:08:38	01:32:25	00:26:19	00:23:25
Split 1: Gruppe 2*	490	00:11:30	02:43:22	00:25:53	00:22:41
Split 1: Gruppe 3*	513	00:13:09	01:56:45	00:24:36	00:22:07
Mit Zensus-Befragung (Split 1: Gruppe 1/Split 4: Gruppe 1 & 2)*	987	00:15:28	02:19:45	00:29:32	00:26:31

* Personen, die das Interview unterbrochen und zu einem späteren Zeitpunkt fortgesetzt haben, werden in der Statistik nicht ausgewiesen.

Datensatz

Pre-Release-Versionsnummer: 3.0.0

Datei: ZA5334_v3-0-0.sav (SPSS); ZA5334_v3-0-0.dta (STATA)

Tabelle 8: Variablen

Variablentyp	Anzahl
Inhaltliche Variablen	445
Zeitvariablen	371
Kontextvariablen	1
Systemvariablen	17
Gesamt	834

Inhalt

Inhaltliche Variablen

Folgenden Variablen wurden im Rahmen der vorliegenden Studie erhoben.

Tabelle 9: Übersicht über die inhaltlichen Variablen

Variable	Variablenlabel
v_01	Geschlecht
v_02	Alterskategorien
v_03	Bildung
a01	Politisches Interesse
a02	Demokratiezufriedenheit
a07	Wahlbeteiligungsabsicht, BTW
a08a-b	Beabsichtigte Stimmabgabe, BTW
a08c	Hypothetische Stimmabgabe, BTW
b01a_c1-3	Gruende fuer Wahlentscheidung
b01b_c	Gruende fuer "weiss nicht" bei Wahlentscheidung
a09	Sicherheit der Wahlentscheidung
b01ax_c1-3	Gruende fuer hypothetische Wahlentscheidung
b02	Nicht waehlbare Parteien, ja/nein
b02a_c1-5	Nicht waehlbare Parteien, offen
b02ba-f	Nicht waehlbare Parteien, geschlossen
b02ca-f	Nicht waehlbare Parteien, halboffen
b02cs_c1-4	Nicht waehlbare Parteien, halboffen: Andere
a10	Ausgang der Wahl
a12a-f	Skalometer Parteien
a27a-j	Skalometer Politiker
b25a-d	Skalometer Kandidaten, Bundespraesidentenwahl
a11a-b	Recall, BTW
a13	Skalometer Regierung

a14a-c	Leistung Regierungsparteien
a15a-c	Leistung gewaehlte Partei BTW 2005
b03	Leistung: Horst Koehler
a19	Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv
a20	Eigene wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit
a21	Eigene wirtschaftliche Lage, aktuell
a22	Eigene wirtschaftliche Lage, prospektiv
a16a-h	Skalometer Koalitionen
a17a-f	Koalitionssignale
a18	Antizipierte Mehrheitsverhaeltnisse
a18a	Regierungserwartung
b21a_c	Politisches Wissen: 5%-Klausel, schwierig
b21a_c1	Politisches Wissen: 5%-Klausel, schwierig (richtig/falsch)
b21b_c	Politisches Wissen: 5%-Klausel, leicht
b21b_c1	Politisches Wissen: 5%-Klausel, leicht (richtig/falsch)
a23	Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv
a24	Allgemeine wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit
a25	Allgemeine wirtschaftliche Lage, aktuell
a26	Allgemeine wirtschaftliche Lage, prospektiv
a03_c1-4	Wichtigstes Problem
a04	Loesungskompetenz: wichtigstes Problem
a05_c1-4	Zweitwichtigstes Problem
a06	Loesungskompetenz: zweitwichtigstes Problem
b04a-f	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Parteien
b04g	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Ego
b04h	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, nahestehende Partei
b04i	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Wichtigkeit
b05a-f	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien
b05g	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Ego
b05h	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, nahestehende Partei
b05i	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Wichtigkeit
c01a-f	Positionsissue: Rolle des Staates in der Wirtschaft, Parteien
c01g	Positionsissue: Rolle des Staates in der Wirtschaft, Ego
c01h	Positionsissue: Rolle des Staates in der Wirtschaft, nahestehende Partei
c01i	Positionsissue: Rolle des Staates in der Wirtschaft, Wichtigkeit
c02a-f	Positionsissue: Integration von Auslaendern, Parteien
c02g	Positionsissue: Integration von Auslaendern, Ego
c02h	Positionsissue: Integration von Auslaendern, nahestehende Partei
c02i	Positionsissue: Integration von Auslaendern, Wichtigkeit
c03a-f	Positionsissue: Europaeische Einigung, Parteien
c03g	Positionsissue: Europaeische Einigung, Ego
c03h	Positionsissue: Europaeische Einigung, nahestehende Partei
c03i	Positionsissue: Europaeische Einigung, Wichtigkeit
c04a-f	Positionsissue: Klimaschutz, Parteien
c04g	Positionsissue: Klimaschutz, Ego
c04h	Positionsissue: Klimaschutz, nahestehende Partei
c04i	Positionsissue: Klimaschutz, Wichtigkeit

a28a-h	Eigenschaften Kanzlerkandidaten
b06a	Emotionen: Aerger, Aerger, Haeufigkeit: Merkel
b06b	Emotionen: Begeisterung, Freude, Haeufigkeit: Merkel
b06c	Emotionen: Aerger, Aerger, Haeufigkeit: Steinmeier
b06d	Emotionen: Begeisterung, Freude, Haeufigkeit: Steinmeier
b06e	Emotionen: Sorge, Haeufigkeit: Wirtschaftskrise
b07a	Emotionen: Aerger, Aerger, Intensitaet: Merkel
b07b	Emotionen: Begeisterung, Freude, Intensitaet: Merkel
b07c	Emotionen: Aerger, Aerger, Intensitaet: Steinmeier
b07d	Emotionen: Begeisterung, Freude, Intensitaet: Steinmeier
b07e	Emotionen: Sorge, Intensitaet: Wirtschaftskrise
b08a	Emotionen: Aerger, Wut, Haeufigkeit: Merkel
b08b	Emotionen: Begeisterung, Begeisterung, Haeufigkeit: Merkel
b08c	Emotionen: Aerger, Wut, Haeufigkeit: Steinmeier
b08d	Emotionen: Begeisterung, Begeisterung, Haeufigkeit: Steinmeier
b08e	Emotionen: Angst, Haeufigkeit: Wirtschaftskrise
b09a	Emotionen: Aerger, Wut, Intensitaet: Merkel
b09b	Emotionen: Begeisterung, Begeisterung, Intensitaet: Merkel
b09c	Emotionen: Aerger, Wut, Intensitaet: Steinmeier
b09d	Emotionen: Begeisterung, Begeisterung, Intensitaet: Steinmeier
b09e	Emotionen: Angst, Intensitaet: Wirtschaftskrise
a29	Kanzler-Praeferenz
b13	Direktwahl des Bundespraesidenten, prospektiv
b14	Kandidatenpraeferenz, Bundespraesidentenwahl
b15	Wichtigkeit des Wahlausgangs, Bundespraesidentenwahl
b16	Wahlsieger, Bundespraesidentenwahl
b17	Unterstuetzung Schwan durch DIE LINKE, Bundespraesidentenwahl
b18	Einfluss auf BTW, Bundespraesidentenwahl
b19	Einfluss des Amtes, Bundespraesidentenwahl
b20	Einfluss des Amtsinhabers, Bundespraesidentenwahl
b26	Wahlbeteiligungsabsicht, EPW
b27	Beabsichtigte Stimmabgabe, EPW
a31	Wichtigste Informationsquelle
b23a-h	Printmediennutzung, politisch
b23aa-ff	Printmediennutzung, Bias
b23as_c1-b23fs_c2	Printmediennutzung, Bias Partei
b24a-e	Fersehnutzung
b24aa-ee	Fersehnutzung, Bias
b24as_c1-b24es_c2	Fersehnutzung, Bias Partei
a34c1	Internetnutzung, politisch, gesamt
a34a-e_c	Internetnutzung, Seiten
a30	Gespraech ueber Politik
a30a	Gespraechspartner 1, Beziehung
a30b	Gespraechspartner 1, Intensitaet
a30c	Gespraechspartner 1, Verstaendnis von Politik
a30d	Gespraechspartner 1, Meinungsverschiedenheit
a30e	Gespraechspartner 1, Wahlentscheidung

b20a-o	Need
c09a-h	Wertebatterie
c05a-f	Positionsissue: Steuern, Parteien
c05g	Positionsissue: Steuern, Ego
c05h	Positionsissue: Steuern, nahestehende Partei
c05i	Positionsissue: Steuern, Wichtigkeit
c06a-f	Positionsissue: Kernenergie, Parteien
c06g	Positionsissue: Kernenergie, Ego
c06h	Positionsissue: Kernenergie, nahestehende Partei
c06i	Positionsissue: Kernenergie, Wichtigkeit
c07a-f	Positionsissue: Umverteilung, Parteien
c07g	Positionsissue: Umverteilung, Ego
c07h	Positionsissue: Umverteilung, nahestehende Partei
c07i	Positionsissue: Umverteilung, Wichtigkeit
c08a-f	Positionsissue: Kriminalitaetsbekaempfung, Parteien
c08g	Positionsissue: Kriminalitaetsbekaempfung, Ego
c08h	Positionsissue: Kriminalitaetsbekaempfung, nahestehende Partei
c08i	Positionsissue: Kriminalitaetsbekaempfung, Wichtigkeit
a32a-f	Links-Rechts-Einstufung, Parteien
a33	Links-Rechts-Selbsteinstufung
a48	Regierung, Unterschiede
a49	Parteien, Unterschiede
a36	Parteiidentifikation
a37	Parteiidentifikation, Staerke
a38	Parteiidentifikation, Dauer
a39a-l	Organisationsmitgliedschaft
a50	Erwerbstaetigkeit
a41	Angst vor Stellenverlust
a40	Beschaeftigungssektor
a42	Religionszugehoerigkeit
a42a	Kirchgangshaeufigkeit, christlich
a42b	Kirchgangshaeufigkeit, juedisch
a42c	Kirchgangshaeufigkeit, muslimisch
a43	Deutsche Staatsbuergerschaft seit Geburt
a43ac	Deutsche Staatsbuergerschaft, seit wann
a45	Geburtsland
a46a	Geburtsland Eltern: Mutter
a46b	Geburtsland Eltern: Vater
a44	Schichtzugehoerigkeit, subjektiv
a47	Haushaltseinkommen
z01a	Kenntnis Zensus
z01b1-5	Kenntnis Zensus, woher
z01c	Kenntnis Volkszaehlung
z01d1-5	Kenntnis Volkszaehlung, woher
z02a	Wissen vorherige Volkszaehlung
z02b	Wissen vorherige Volkszaehlung, wann
z02brf	Wissen vorherige Volkszaehlung, richtig/falsch

z03a	Informiertheit Zensus
z03b	Informiertheit Volkszaehlung
z04a	Wissen Angaben Zensus
z04b	Wissen Angaben Volkszaehlung
z05aa-l	Abgefragte Angaben Zensus
z05ba-l	Abgefragte Angaben Volkszaehlung
z06a	Zensus Pflicht
z06b	Volkszaehlung Pflicht
z07a	Zensus: wer wird befragt
z07b	Volkszaehlung: wer wird befragt
z08a	Zensus: amtliche Datenbeschaffung
z08b	Volkszaehlung: amtliche Datenbeschaffung
z09_c	Registergestuetzter Zensus, codiert
Buland	Bundesland (Respondi)

Splitspezifische Themen

Im ersten Online-Tracking: Grundlegende Tests der GLES wurden die folgenden vier Splits durchgeführt.

Split 1: Gründe für Wahlentscheidung, Positionsissues, Wissensfrage, Bundespräsidentenwahl

- (1) Gründe für Wahlentscheidung; schwere Wissensfrage; Positionsissues: 2x komplett; Bundespräsidentenwahl, Need
- (2) Leichte Wissensfrage; Positionsissues: 4x komplett und 4x gekürzt; Werte
- (3) Leichte Wissensfrage; Positionsissues: 4x gekürzt und 4x komplette; Werte

Split 2: Nicht wählbare Parteien

- (1) Offen
- (2) Geschlossen (nur Bundestagsparteien)
- (3) Halboffen (Bundestagsparteien und „andere Parteien, und zwar:“)

Split 3: Emotionsissues

- (1) Häufigkeit: Ärger/Freude/Sorge
- (2) Intensität: Ärger/Freude/Sorge
- (3) Häufigkeit: Wut/Begeisterung/Angst
- (4) Intensität: Wut/Begeisterung/Angst

Split 4: Zensus vs. Volkszählung

- (1) Zensus
- (2) Volkszählung
- (3) Keine Fragen zum Zensus/zur Volkszählung bekommen

Tabelle 10: Splitgruppen

Anzahl der Einheiten in den Splitgruppen (ohne Zeitunterschreiter)				
Split 1	(1) 1016	(2) 505	(3) 524	
Split 2	(1) 695	(2) 647	(3) 703	
Split 3	(1) 506	(2) 515	(3) 523	(4) 501
Split 4	(1) 509	(2) 507	(3) 1029	

Hinweise zu den Zeitvariablen

In diesem Datensatz finden sich zwei Varianten von Zeitvariablen zur Analyse der Antwortzeiten. Die erste Variante von Variablen, die mit *t_Variablenname* (Beispiel: *t_A01*) benannt sind, geben die Antwortzeit des Befragten auf einer konkreten (Bildschirm-)Seite der Befragung wieder. In der Befragung gab es Seiten, die nur eine Frage umfassten sowie auch Seiten, auf denen mehrere Variablen abgefragt wurden.

Die Zeitvariablen mit der Bezeichnung *tZahl_Variablenname* (Beispiel: *t3_A01*) geben die kumulierte Zeit an, die der Befragte gebraucht hat, um zu einer bestimmten Stelle der Befragung zu kommen.

Die Variable *dauer2* („*Dauer des gesamten Interviews (inkl. Zensusbefragung)*“) misst die Zeit, die der Befragte für das gesamte Interview gebraucht hat, während die Variable *dauer1* („*Dauer des Interviews*“) die Zeit angibt, die Befragte exklusive der Zensus-Befragung gebraucht haben. Bei den kumulierten Zeitangaben können ungewöhnlich hohe Werte vorkommen. Dies liegt an der verwendeten Umfragesoftware, welche bei der Zeiterfassung mit unterbrochenen und wieder angefangenen Interviews Probleme hatte. Bei der Interpretation der Zeitvariablen sollte folglich große Sorgfalt zu Grunde gelegt werden.

Codierung von halboffenen Fragen

Halboffene Fragen liegen im Datensatz in der Regel in 2 verschiedenen Variablen vor. Die Versionen sind mit den Großbuchstaben A und B gekennzeichnet. Die jeweiligen Versionen beinhalten folgende Kategorien:

Version A: Vorgegebene Antwortkategorien + Gesamtzahl der „anderen“. Diese Variable kann auch Recodierungen enthalten. Wird in der offenen Abfrage (z.B. andere Partei, und zwar) eine Antwort genannt, die den vorgegebenen Antwortkategorien entspricht, so wird diese nachträglich jener Antwortkategorie zugeordnet. Wird in der offenen Abfrage nichts oder etwas inhaltlich nicht Interpretierbares eingetragen, so wird dies nachträglich als "sonstige Nennung" recodiert.

Version B: Vorgegebene Antwortkategorien + alle Nennungen der 1. Codierung der offenen Nennungen. Diese Variable enthält neben den oben genannten noch weitere Recodierungen, etwa "weiß nicht", "sonstige Nennung" und weitere.

Codierung der Parteien

Die Codierung der politischen Parteien erfolgte bei allen Fragen, die eine geschlossene oder offene Abfrage zu politischen Parteien beinhalteten, nach einem einheitlichen Codierschema. Das Codierschema kann auf den Seiten der GLES bei GESIS abgerufen werden (<http://www.gesis.org/gles>).

Gewichtung

Die Erhebung basiert auf einer Personenstichprobe, die aus einem Befragtenpool (Online-Access-Panel von Respondi) gezogen wurde.

Die Daten enthalten zwei Gewichtungsvariablen:

- gew1_t1: Gewichtung Welle T1 (Anpassung an Mikrozensus)
- gew2_t1: Gewichtung Welle T1 (Anpassung an Onliner)

Für die Erstellung der Gewichtungsfaktoren werden die Ist-Randverteilungen der verwendeten Gewichtungsmerkmale (Alter, Geschlecht, Bildung, Ost-West) iterativ an vorgegebene Sollwerte angepasst. Für die Gewichtungsprozedur, die im Regelfall bereits nach wenigen Durchläufen konvergiert, wurden dabei folgende Sollwerte verwendet:

- Scientific Use File 2006 (Daten des Mikrozensus 2006)
- (N)Onliner-Atlas 2008 (Initiative 21)

Die Gewichtungsvariablen haben folgende Ausprägungen:

- Alter: 1 (18-29), 2 (30-39), 3 (40-49), 4 (50-59), 5 (60+)
- Geschlecht: 1 (männlich), 2 (weiblich)
- formale Bildung: 1 (niedrig), 2 (mittel), 3 (hoch); Befragte ohne Schulabschluss bekommen den Gewichtungsfaktor 1, da diese Gruppe überwiegend junge Befragte (noch) ohne Abschluss umfasst, die den einzelnen Bildungsgruppen nicht ohne weitere Annahmen zuzuordnen sind.
- Ost-West: 1 (neue Bundesländer inkl. Berlin, da eine Trennung von Ost- und Westberlin mit den vorliegenden Daten nicht möglich ist), 2 (alte Bundesländer)

Unveröffentlichte Variablen

Aus datenschutzrechtlichen Gründen können nicht alle erhobenen Variablen zum freien Download zur Verfügung gestellt werden. Generell müssen frei verfügbare Datensätze so aufgebaut sein, dass ein „unverhältnismäßiger Aufwand“ zur De-Anonymisierung betrieben werden müsste. Das heißt, die Datensätze müssen „faktisch anonym“ sein. Um dies zu gewährleisten, wurden einige wenige Variablen aus den Datensätzen entfernt bzw. Ausprägungen zusammengefasst.

Bei der Durchführung von Online-Umfragen werden Variablen erhoben bzw. an GESIS übermittelt, die für die Durchführung der Online-Umfrage relevant sind, aber keine inhaltliche Aussagekraft haben. Diese werden, um die Datensätze nicht unnötig aufzublähen, nicht mit veröffentlicht, können aber bei Bedarf von GESIS (gles@gesis.org) ohne Restriktionen erhalten werden.

Übersicht über nicht veröffentlichte Variablen und die Bezugsmöglichkeit

Variable	Bezugsmöglichkeit
Codelink (Befragungslink)	auf Anfrage erhältlich
Invitation Code (Einladungsinformationen)	auf Anfrage erhältlich
Browser ID (Informationen zum genutzten Browser)	auf Anfrage erhältlich
u_email (leere Variable)	auf Anfrage erhältlich
Respondi-ID (interne ID)	auf Anfrage erhältlich
Interviewerdauer	wird in aufbereiteter Form veröffentlicht, auf Anfrage erhältlich
Absoluter Zeitstempel	auf Anfrage erhältlich
Quota (interne Variable von Globalpark)	auf Anfrage erhältlich
c_data (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)	auf Anfrage erhältlich
m_data (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)	auf Anfrage erhältlich
Output Modus (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)	auf Anfrage erhältlich
Letzte Seite (gibt die letzte Seite an, da keine Abbrecher in den Daten vorhanden sind, ist dies immer „Endseite“)	auf Anfrage erhältlich
Seitenhistorie	auf Anfrage erhältlich

Offen erhobene Antworten wurden als String-Variablen abgespeichert und im Normalfall nur als vercodete Variablen veröffentlicht. Bei Interesse an den offenen, nicht vercodeten Antworten, melden Sie sich bitte unter gles@gesis.org.

Hinweise und Anmerkungen

Repräsentativität von Online-Umfragen aus Access-Panels

Bei der Auswertung von Online-Umfragen aus Access-Panels ist besondere Vorsicht geboten: Stichproben, die aus online rekrutierten Access-Panels gezogen werden, berücksichtigen nur bestimmte, mittels des Access-Panels erreichbare Gruppen. In Access-Panels sind besonders viele junge, gebildete und internetaffine Menschen vertreten. Diese Gruppen unterscheiden sich in den erhobenen Einstellungen von anderen Teilen der Gesellschaft. Durch entsprechende Quotenauswahl und Gewichtung wurde dieser Sachverhalt sowohl bei der Erhebung als auch bei der Datenaufbereitung berücksichtigt. Dennoch treten Effekte, die aus der Zusammensetzung der Grundgesamtheit resultieren, auf. Daher ist eine Verallgemeinerung der Aussagen auf die Gesamtbevölkerung problematisch.

Weitere Hinweise

Der Fragebogen der Studie wurde im Rahmen der German Longitudinal Election Study entwickelt. Ein Ziel der Online-Trackings, insbesondere des ersten, waren Tests von Erhebungsinstrumenten, auch in Bezug auf die anderen Studienkomponenten. Des Weiteren stand die Entwicklung eines

Kernfragebogens im Vordergrund, der möglichst einheitlich in allen GLES-Komponenten abgefragt werden sollte. Außerdem boten die ersten Online-Trackings die Möglichkeit, Veränderungen von Meinungen und Positionen weit vor dem Wahltermin zu messen und festzustellen, ab welchem Zeitpunkt die Wähler den Wahlkampf als solchen wahrnehmen. Einige Dinge wurden im Verlauf des Entwicklungsprozesses in Anlehnung an die anderen Studienkomponenten abgeändert. Insbesondere waren dies folgende Änderungen:

1. In der ersten und zweiten Trackingerhebung wurden die Parteien über ihre umgangssprachlich verwendeten Bezeichnungen abgefragt. Insbesondere betraf dies Bündnis 90/Die Grünen und DIE LINKE, die in diesen beiden Erhebungen mit „Grüne/n“ und „Linkspartei“ abgefragt wurden. Im Datensatz wurden Sie dennoch unter der Bezeichnungen GRÜNE und DIE LINKE aufgeführt.
2. Bei der ersten Trackingerhebung lieferte BACES sogenannte soziodemographische Stammdaten von Respondi. Tests ergaben jedoch, dass die Daten nicht in jedem Fall mit den in dieser Befragung zusätzlich erhobenen soziodemographischen Merkmalen übereinstimmten. Daher wurden ab der zweiten Trackingerhebung eigene soziodemographische Daten erhoben.

Auf Grund der von den Befragten in offenen Fragen gemachten Angaben konnten drei Befragte als nicht zur Grundgesamtheit der Studie – wahlberechtigte deutsche Staatsbürger – gehörend identifiziert werden. Diese drei Befragten gaben in unterschiedlichen Fragen an, nicht die deutsche Staatsangehörigkeit zu besitzen. Die betreffenden drei Fälle wurden daher in diesem Pre-Release aus dem Datensatz gelöscht.

Bei insgesamt 14 Befragten bestehen Zweifel darüber, ob die Befragten tatsächlich zur Grundgesamtheit der Studie – wahlberechtigte deutsche Staatsbürger – gehören. Dieser Zweifel ergibt sich aus der Betrachtung der Kombination verschiedener Angaben der Befragten. Die in der Variable `problem1` ("Problematische oder nicht plausible Werte: 1. Problem") markierten Fälle gaben an, zur Bundestagswahl 2005 nicht wahlberechtigt gewesen zu sein, die deutsche Staatsbürgerschaft nicht seit Geburt zu besitzen und sie wollten auch keine Angabe dazu machen, seit wann sie sie besitzen. Die Befragten und/oder deren Eltern sind zudem teilweise im Ausland geboren. Die betreffenden Fälle können mit Hilfe der Variable `problem1` aus dem Datensatz entfernt oder bei Analysen herausgefiltert werden.

Bei der Variable `a09` ("*Sicherheit der Wahlentscheidung*") gab es offenbar einen Filterfehler, so dass 19 Befragte, die als Zweitstimme eine andere Partei genannt haben, keine Antwort bei der Frage nach der Sicherheit der Wahlentscheidung aufweisen.

Bei den Variablen `b02a(_c1-5)` ("*Nicht wählbare Parteien, offen*") wurde fehlerhaft gefiltert. Es sind daher 49 Befragte als trifft nicht zu codiert, obwohl sie die Frage hätten erhalten sollen.

Bei den Variablen `b02ca-f` ("*Nicht wählbare Parteien, halboffen*") liegt ein Filterfehler vor, so dass 45 Befragte als trifft nicht zu codiert sind, obwohl sie die Frage hätten erhalten sollen.

Links

Deutsche Gesellschaft für Wahlforschung e. V. (DGfW): <http://www.dgfw.info>

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften: <http://www.gesis.org/gles>

Universität Frankfurt: <http://www.uni-frankfurt.de>

Universität Mannheim: <http://www.uni-mannheim.de>

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (WZB): <http://www.wzb.eu>

Erstellt wurde der Methodenbericht von GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften und der Universität Frankfurt/Main in Zusammenarbeit mit BACES.

Mannheim, Juli 2011